

Expérience client en libre-service : d'une « autonomie encadrée » à « une autonomie libérée »

Plus un jour ne se passe sans qu'on entende les *buzzwords* du moment « Intelligence Artificielle » et « chatbots ». Ces tendances dans le libre-service ont un fort impact dans l'expérience et notamment l'émotion client. Avec leur concours, mais pas que, on évolue peu à peu d'une « autonomie encadrée » à une « autonomie libérée ».

Astrid Seulliet, Consultante Marketing Extens Consulting

Aujourd'hui, les consommateurs ont l'habitude de fonctionner avec des processus guidés pour commander, retourner un produit, chercher une réponse. L'idée est que les clients se débrouillent seuls au maximum, en « self-service », en naviguant de façon autonome sur les sites web pour trouver les informations désirées et en s'armant de patience pour traiter avec des serveurs vocaux interactifs, pas toujours pertinents. C'est ce qu'on pourrait appeler une « autonomie encadrée ».

Mais, face à des produits qui se banalisent et ne suffisent plus à faire la différence, peut-on se contenter de cela ? Certainement pas. Alors, comment faire la différence ? Ce sont bel et bien le service et la facilité d'accès,

de compréhension, qui, demain, feront levier. **L'objectif va être de passer d'une logique d'autonomie encadrée à une autonomie libérée.** Cette dernière repose sur une grande interactivité (que ce soit avec un Homme ou une machine), une forte personnalisation selon les typologies de clients. On va renforcer l'assistance délivrée au client, en lui permettant de dialoguer avec la marque depuis plusieurs canaux, de façon très simple, fluide, sans contraintes. En somme, rendre l'Expérience Client extraordinaire pour susciter des émotions, des souvenirs positifs et ainsi fidéliser.

Différentes façons d'améliorer l'Expérience Client existent, mais l'Intelligence Artificielle semble avoir un rôle majeur à jouer dans ce contexte, ayant un fort impact sur la facilité et l'auto-

nomie. Seulement, il est à noter que cette « autonomie » est attractive uniquement quand elle est renforcée par l'assurance d'avoir une aide humaine disponible. Un constat qui montre que l'intelligence artificielle et l'Homme ne sont pas en opposition, mais complémentaires.

Arnaud de Lacoste, co-fondateur du groupe Acticall-Sitel, spécialiste de l'Expérience Client, témoigne en ce sens « *L'intelligence artificielle reste un outil, ne l'oublions pas. Elle ne pourra nous assister que pour des fonctions et des tâches qui ne font pas appel à de l'émotion et des sentiments. Et c'est justement là que l'homme prend le relais.* ».

Si les prémices d'une autonomie libérée ont déjà commencé à poindre il y a quelques années, il serait faux de croire qu'elle est uniquement une af-



Compréhension

- Voyages SNCF
- Amazon



Relationnel



Navigation

- Voyages SNCF
- Darty
- Amazon



Physique

- Darty

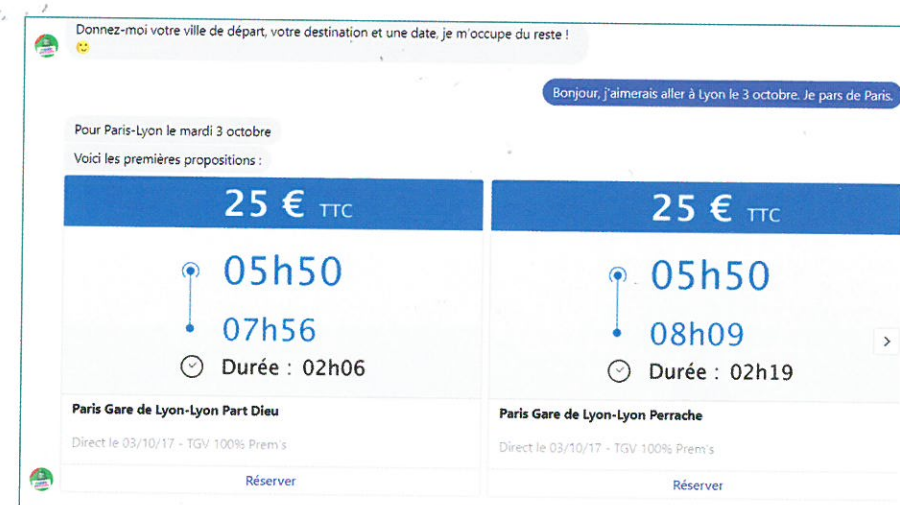


Financier



Temps

- Voyages SNCF
- Darty



faire liée à l'intelligence artificielle et aux chatbots.

COMMENT SE FAIT CETTE ÉVOLUTION EN MATIÈRE D'AUTONOMIE ET ÉVALUER SON IMPACT EN TERMES DE FACILITÉ ?

Jusqu'à alors, les propositions existantes adressaient essentiellement des personnes en quête de sécurité et d'assistance. Prenons le cas du bouton connecté Darty. D'une simple pression sur l'objet, le client est directement mis en relation avec le service assistance Darty disponible 24h/24, 7j/7. Un accessoire tout simple mais qui permet un grand bénéfice en termes de temps (réactivité), navigation (une pression

suffit) et physique (pas de déplacement).

Avec l'émergence de l'Intelligence Artificielle, on touche encore un peu plus du doigt le concept d'autonomie libérée. Les chatbots répondent très bien aux personnes « connectées » ayant une logique conversationnelle et un besoin d'accessibilité « anywhere, anytime, any device ». C'est pour ces personnes que Voyages SNCF a développé son chatbot début 2017. L'objectif, permettre aux voyageurs de réserver un billet de train directement depuis l'application Messenger, presque comme s'ils discutaient avec un ami. Ici, on joue sur la compréhension (on parle de façon naturelle), la navigation (très

simplifiée. Fini de jongler entre les applis) et le temps (en influant sur les 2 paramètres précédents, le temps perçu pour effectuer une action diminue). D'après Julien Nicolas, directeur France de Voyages SNCF « *les résultats sont très encourageants tant par rapport aux commentaires positifs que nous recevons que sur l'utilisation qui est faite de notre bot.* ».

Et après ? Si les chatbots sont un grand pas vers l'autonomie, ils ne sont pas encore la solution la plus facile.

Il faut encore faire une démarche pour savoir qu'un bot existe, le rechercher sur la plateforme, etc. Or, pour les personnes au profil « aventurier », leur envie est de réaliser l'impossible, faire de leurs rêves une réalité, en étant toujours en sécurité. Alors, la vraie autonomie de demain ne serait-elle pas plutôt quand nous n'aurons plus besoin d'aller chercher l'information, qu'elle viendra à nous toute seule, sans que cela nous demande le moindre effort, en termes de navigation et de compréhension ? Les assistants personnels de Google ou Amazon en sont les 1ers exemples... Les apports de cette autonomie ? Une meilleure assistance, connectivité et sécurité. Des attributs qui font écho à ceux de l'Homme augmenté. ■

Les marques semblent avoir pris la mesure de ces changements. Ainsi, elles sont de plus en plus nombreuses à offrir à leurs clients une autonomie libérée, avec une facilité grandissante... laissant ainsi toute leur place aux émotions positives dans l'Expérience Client. Dans cet univers, tout est rendu possible, reste à avoir les idées !